

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DEVA FASHION

(Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat dalam Mengambil Mata
Kuliah Tugas Akhir)



Disusun Oleh:

KESHA SANIA FITRI
42321010063

Dosen Pengampu:

Nurlela, S.Sn., M.Ds

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2025**

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--	--	---

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kesha Sania Fitri
 Nomor Induk Mahasiswa : 42321010063
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 23/08/2025

Yang memberikan pernyataan,



 Kesha Sania Fitri

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Kesha Sania Fitri
NIM : 42321010063
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Sosial Sebagai Media Promosi Deva Fashion

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Nurlela, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0329038202
Ketua Penguji : Nurlela, S.Sn, M.Ds
NIDN : 0329038202
Penguji 1 : Novena Ulita, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0321128506
Penguji 2 : Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn
NIDN : 0304039101

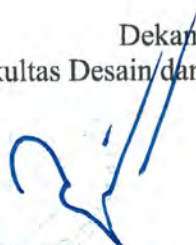


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn.)

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn.)

PERANCANGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DEVA FASHION

Kesha Sania Fitri

42321010063

ABSTRAK

Perancangan media sosial sebagai sarana promosi Deva Fashion bertujuan untuk membangun identitas visual yang kuat dan meningkatkan jangkauan pasar secara digital. Deva Fashion belum memiliki strategi promosi yang konsisten di media sosial, sehingga diperlukan pendekatan visual yang mampu menarik perhatian audiens perempuan muda urban. Metodologi yang digunakan meliputi analisis audiens, pengembangan konsep visual bergaya clean minimalism, dan pembuatan konten untuk Instagram dan TikTok, serta media pendukung seperti katalog dan merchandise. Desain disusun secara estetik dan informatif, dengan fokus pada kelebihan produk, testimoni pelanggan, dan inspirasi gaya berpakaian. Hasil karya menunjukkan bahwa pendekatan visual ini efektif dalam menyampaikan pesan brand. Mayoritas responden menilai desain menarik, fokus, dan sesuai tren. Beberapa saran seperti penambahan informasi detail produk dijadikan masukan pengembangan. Secara keseluruhan, perancangan ini berhasil meningkatkan citra profesional Deva Fashion di media sosial.

Kata Kunci: *promosi digital, media sosial, fashion lokal, clean minimalism, Deva Fashion*

SOCIAL MEDIA DESIGN AS A PROMOTIONAL MEDIA FOR DEVA FASHION

Kesha Sania Fitri

42321010063

ABSTRACT

This social media design project aims to strengthen Deva Fashion's brand identity and expand its digital presence. Lacking consistent promotion on social platforms, the brand requires a visual strategy that appeals to urban young women. The methodology includes audience analysis, development of a clean minimalist visual concept, content creation for Instagram and TikTok, and supporting media such as catalogs and merchandise. Designs focus on product benefits, customer testimonials, and style inspiration, presented in an aesthetic and informative format. Results show the visual approach effectively communicates the brand message. Most respondents found the design appealing, focused, and trendy. Suggestions like adding more product detail were noted for future improvement. Overall, the project successfully enhances Deva Fashion's professional image online.

Keywords: digital promotion, social media, local fashion, clean minimalism, Deva Fashion

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul *Perancangan Media Sosial sebagai Media Promosi Deva Fashion* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi *Desain Komunikasi Visual, Universitas Mercu Buana*. Penyusunan tugas akhir ini tentu tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan apresiasi setulusnya kepada:

1. **Dosen pembimbing** Ibu Nurlela S.Sn,M.Ds yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. **Dosen saya** Bapak Agu Agustan yang telah memberi saya banyak pengalaman selama perkuliahan dan menyediakan Ouguth Studio sebagai sarana pengembangan kemampuan saya.
3. **Keluarga tercinta**, Papa dan Mama terima kasih atas kasih sayang, doa yang tak pernah putus, serta semangat yang selalu menguatkan dalam setiap langkah perjalanan ini.
4. **Teman-teman seperjuangan**, Keluarga Shampax dan Kreazone atas dukungan moral, tawa, dan semangat yang tak ternilai selama proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir ini.
5. **Sahabat – Sahabat saya**, Tasya, Deva, Zulfa, Sindy, Nadiva, Triana, Shirley dan Sheane yang menemani saya dikala saya sedang struggle tentang perkuliahan saya dan memberi semangat, dukungan serta pertolongan.
6. **Kucing kesayangan saya**, yang meski tak berkata-kata, namun selalu setia menemani di saat penulis begadang menyelesaikan tugas akhir ini.
7. **Adik-adik Tingkat saya**, yang selalu memberikan support, semangat serta pertolongan yang selalu mereka berikan.

8. Dan tentu saja, kepada Partner saya Dendra, yang selalu ada disaat saya susah senang dan selalu membantu kesulitan perkuliahan saya maupun hidup saya. Serta dukungan dan semangat yang diberikan Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi sumbangsih kecil dalam bidang yang penulis tekuni.

Jakarta, 26 Juli 2025

Hormat Penulis,

Kesha Sania Fitri



DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Perancangan	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	2
1.4 Manfaat Perancangan.....	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	4
2.1 Orisinalitas	4
2.2 Target Perancangan	9
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	10
2.3.1 Studi Estetika.....	10
2.3.2 Studi Komunikasi.....	13
2.3.3 Studi Teknis	14
2.4 Skema Proses Design	15
BAB III ANALISIS DATA & PERANCANGAN.....	23
3.1 Positioning & Konsep Desain.....	23
3.2 Strategi Pesan.....	24
3.3 Strategi Visual	26
3.4. Strategi Distribusi Karya.....	28
BAB IV HASIL KARYA DKV	31
4.1 Deskripsi Karya	31
4.2 Pameran Karya	43
4.3 Hasil Uji Desain	45
4.4 Evaluasi Perancangan Karya	58
BAB V KESIMPULAN & SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Empathy Map	16
Gambar 2. 2 Mindmap	18
Gambar 2. 3 Moodboard	19
Gambar 2. 4 Sketsa feeds Instagram	20
Gambar 2. 5 Color Pallete	20
Gambar 2. 6 Tipografi	21
Gambar 4. 1 Desain Feeds 1	32
Gambar 4. 2 Desain Feeds 2	33
Gambar 4. 3 Desain Feeds 3	34
Gambar 4. 4 Desain Feeds 4	35
Gambar 4. 5 Konten Reels 1	36
Gambar 4. 6 Desain Feeds 5	37
Gambar 4. 7 Konten Reels 2	38
Gambar 4. 8 Desain Feeds 6	39
Gambar 4. 9 Konten Reels 3	40
Gambar 4. 10 Profil Pengguna	46
Gambar 4. 11 Diagram Pertanyaan 1	46
Gambar 4. 12 Diagram Pertanyaan 2	47
Gambar 4. 13 Diagram Pertanyaan 3	47
Gambar 4. 14 Diagram Pertanyaan 4	48
Gambar 4. 15 Diagram Pertanyaan 5	50
Gambar 4. 16 Diagram Pertanyaan 6	51
Gambar 4. 17 Diagram Pertanyaan 7	52
Gambar 4. 18 Diagram Pertanyaan 8	54
Gambar 4. 19 Diagram Pertanyaan 9	54
Gambar 4. 20 Diagram Pertanyaan 10	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Referensi Karya Sejenis.....	5
Tabel 2 Target Perancangan	9
Tabel 3 AISAS	28
Tabel 4 Pertanyaan 4.....	48
Tabel 5 Pertanyaan 5.....	50
Tabel 6 Pertanyaan 7	52
Tabel 7 Pertanyaan 10.....	55

